

BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Transportasi berbasis online kini dinilai murah dan praktis. Dan cukup diminati di kalangan masyarakat. Jumlah para pengemudi yang semakin banyak, dan adanya tarif promo yang begitu memanjakan penumpang, membuat layanan transportasi berbasis *online* semakin diminati dari waktu ke waktu. Sayangnya, hal ini mengakibatkan berkurangnya pemasukan transportasi konvensional yang biasa disebut ojek pangkalan atau taksi biasa. Sehingga terjadi konflik antar kelompok yaitu antara ojek berbasis online dan transportasi berbasis konvensional.

Kemudian ditengah perkembangan teknologi dan informasi yang pesat ini, akses informasi menjadi tidak terbelenggu dan terbuka lebar. Hal ini terlihat dari semakin mudahnya kita mengakses informasi melalui *smartphone*. Dampaknya, pemberitaan mengenai isu-isu tertentu menjadi semakin cepat tersebar di masyarakat.

Peristiwa dan isu mengenai bentrokan antar pengemudi transportasi berbasis online dan transportasi konvensional tentu tidak bisa lepas dari unsur sosial yang menjadi sorotan dalam masyarakat. Sehingga bagi media, unsur sosial ini tentu menarik untuk diliput. Menurut Wahyono (2007: 61) konflik-konflik sosial tersebut sebenarnya adalah *communal groups* yang memiliki ikatan-ikatan tertentu, seperti kesamaan kultur, ras, atau agama, dan dalam hal ini adalah mata pencaharian.

Kemudian Gustave Le Bon (dalam Wahyono, 2007: 65) menjabarkan bahwa kerumunan massa akan berubah menjadi sebuah kerusuhan massa atau kekerasan massa apabila hilangnya faktor kesadaran massa tersebut (individu) ketika masing-masing individu tersebut melebur dan terlibat dalam kerumunan, protes atau demonstrasi. Kerumunan tersebut akan menghapus semua perbedaan identitas yang ada (budaya) atau pendidikan di antara anggota kerumunan, sehingga pada situasi ini maka anggota tersebut dikontrol oleh perasaan ketidakpuasan, kekecewaan. Karena rasa kecewa, dan ketidakpuasan adalah penyebab yang memunculkan gerakan massa.

Dan begitu pula halnya dengan bentrok antar pengemudi transportasi online dan transportasi konvensional, di mana pengemudi transportasi konvensional yang merasa kecewa atas kehadiran transportasi berbasis online yang menyebabkan kurangnya pemasukan bagi mereka. Sehingga terjadilah gerakan-gerakan protes massa dari

tukang ojek atau taxi konvensional guna menolak hadirnya Gojek, GrabBike, Uber sebagai transportasi berbasis online di lingkungan mereka.

Seperti dilansir dari TechinAsia.com (<https://id.techinasia.com/kilas-balik-perkembangan-transportasi-online-sepanjang-tahun-2016>) GO-JEK dan GrabBike yang awalnya memasang tarif murah guna untuk keperluan promosi pada ramadhan Juni 2015, justru mendapatkan perhatian yang banyak dari masyarakat kemudian. GO-JEK memasang harga yang sedikit lebih mahal dari GrabBike yaitu Rp. 10.000, sedangkan GrabBike yang memiliki investor memasang tarif Rp. 5.000. Banyaknya respon positif dari masyarakat membuat dua startup transportasi berbasis online ini memperpanjang promo mereka, dan yang pada akhirnya kedua transportasi online ini membuka lowongan pekerjaan sebagai driver.

Dimulai dari situlah maka peminat transportasi online-pun semakin meningkat dikarenakan harga yang relatif murah, dan mudah dalam pemesanannya, yaitu hanya menggunakan aplikasi dan kita hanya tinggal menunggu di tempat, dan sudah tertera tarif yang dikeluarkan untuk menuju ke tempat tujuan. Berbeda dengan ojek pangkalan, yang terkadang penumpang harus datang ke pangkalan ojeknya dan kemudian disuguhkan dengan harga yang sedikit lebih mahal dari ojek online. Sehingga peminat ojek pangkalan cenderung berkurang dan beralih pada ojek online. Sehingga hal inilah yang membuat beberapa tukang ojek pangkalan mulai menolak kehadiran ojek *online* di beberapa tempat. Seperti dilansir dari kompas.com (<http://nasional.kompas.com/read/2016/03/15/08215211/Demo.Tolak.Taksi.Online.Potret.Gejolak.Era.Ekonomi.Digital>).

“Pro dan kontra ini tak hanya terjadi di dunia angkutan umum. Semua sektor terimbas. Mereka sama-sama berkontraksi untuk mencari titik keseimbangan baru. Banyak usaha yang tumbang, namun banyak pula inovasi baru yang tumbuh berkembang.”

Namun, ternyata protes seperti ini tak hanya sekali terjadi, dilansir dari kompas.com (<http://nasional.kompas.com/read/2016/03/15/08215211/Demo.Tolak.Taksi.Online.Potret.Gejolak.Era.Ekonomi.Digital>) untuk yang kesekian kalinya, para sopir taksi reguler mengadakan unjuk rasa karena tidak akan menerima kehadiran ojek berbasis aplikasi. Kali ini, unjuk rasa dilakukan ribuan sopir taksi di Jakarta, (<http://megapolitan.kompas.com/read/2015/08/04/07000591/Ini.Penjelasan.Kenapa.Pengojek.Konvensional.Tolak.Ojek.Berbasis.Aplikasi>) Protes ini semata-mata dilakukan karena pengojek konvensional melihat pengojek berbasis aplikasi sebagai bagian di

luar kelompok mereka. Meskipun mereka sama-sama pengojek, namun para pengojek konvensional ini menganggap bahwa para pengojek online sebagai orang asing yang masuk di ranah kerja mereka. Hal-hal seperti inilah menjadikan mereka sulit menerima kehadiran para pengojek berbasis aplikasi. Seperti yang dilansir dari [kompas.com](http://nasional.kompas.com/read/2015/08/04/07000591/index) (<http://nasional.kompas.com/read/2015/08/04/07000591/index>) bahwa setiap orang, akan selalu berusaha mempertahankan zona mereka, dalam hal ini ialah pekerjaan mereka. Sehingga tentu saja terjadi sebuah zona *in-group* melawan *out-group*.

Kemudian upaya dari pemerintahan juga sudah dilakukan dengan membuat regulasi atau aturan mengenai transportasi online, bahkan dengan menaikkan harga tarif transportasi berbasis online. Dilansir dari [tempo.co](https://m.tempo.co/read/news/2017/04/08/090863918/aturan-baru-sebabkan-taksi-online-lebih-mahal-ini-alasannya) (<https://m.tempo.co/read/news/2017/04/08/090863918/aturan-baru-sebabkan-taksi-online-lebih-mahal-ini-alasannya>), Kemenhub (Kementerian Perhubungan) mengeluarkan peraturan Menteri Nomor 26 Tahun 2017 revisi Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 2016 mengenai Penyelenggaraan Angkutan Orang Dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak Dalam Trayek. Direktur Jenderal Kementerian Perhubungan Puji Hartanto Iskandar mengutarakan bahwa pemberlakuan tarif dengan harga batas bawah dan batas atas akan diberlakukan mulai 1 Juli 2017. Tarif ini dikenakan untuk taksi online baik di jam-jam biasa atau di jam-jam sibuk.

Pemberitaan mengenai konflik transportasi berbasis *online* dan transportasi konvensional tentu tak lepas dari pemberitaan media online, seperti kompas.com dan tempo.co yang turut memberitakan peristiwa tersebut pada portal berita *online* mereka. Meski demikian, media online atau portal berita online tidaklah selalu lepas dari masalah pemberitaan. Pemberitaan yang semakin mengejar kecepatan, mengakibatkan penurunan kualitas dari berita. Berita kemudian hanyalah mengejar kecepatan tanpa menghiraukan disiplin untuk verifikasi, serta prinsip-prinsip yang lainnya.

Pada dasarnya, berita bukanlah hanya sebagai alat untuk memuaskan hawa nafsu akan informasi saja, dan keinginan kita akan segala hal yang dianggap menakjubkan dan luar biasa, tetapi juga seharusnya berita dijadikan sebuah keharusan untuk membangun dan pemeliharaan sebuah negara sosialis (Kusumaningrat dan Kusumaningrat, 2006: 32).

“Dalam penyajian berita online, kecepatan menjadi salah satu keharusan dalam menulis berita. Baik kecepatan itu dalam hal cara menyampaikan informasi, maupun kecepatan dalam arti penulisannya karena dikejar deadline, atau persaingan dengan portal berita lainnya” (Kusumaningrat dan Kusumaningrat, 2006: 167).

Dalam arena publik, berbagai isu mengenai konflik sosial di dalamnya selalu menjadi konsumsi bagi publik yang disajikan pula dari berbagai macam persepektif, oleh media-media yang tertentu pula. Media tidak hanya sebagai penyedia informasi tanpa makna, namun ia juga bertindak sebagai pembawa pesan. Tak hanya bertindak sebagai medium, media juga berperan sebagai agen dalam mendefinisikan realitas sosial yang ada dan memilih isu yang dianggap penting dan juga relevan (Santosa, 2017: 9).

Di saat terjadi konflik, pers atau media seharusnya memberikan informasi yang sehat dan juga seimbang serta memberikan ketenangan dan bukannya menjadi kompor dan akhirnya memanaskan-manasi atau memprovokasi publik untuk ikut terpancing dan memperkeruh suasana konflik. Idealnya, pers atau media seharusnya menyediakan informasi yang jujur, jernih dan seluas mungkin mengenai apa yang layak dan perlu diketahui oleh masyarakat sehingga dapat membantu meredakan dan menyelesaikan konflik. Meskipun juga tidak dapat dimungkiri “kebanyakan” media masih saja memberitakan fakta-fakta terkait konflik dengan “membabi buta” (Santosa, 2017: 10).

Dan faktanya, liputan mengenai krisis biasanya cenderung tergesa-gesa dan penuh desas-desus rumor di dalamnya. Dalam sebuah liputan berita krisis, media cenderung mengutamakan kecepatan penyajian berita ketimbang keakuratan isi berita. Di mana terkadang laporan media mengenai krisis cenderung dibesar-besarkan dan media akan menyebarkan berita tanpa pengecekan yang memadai untuk menjamin keakuratan isi (Dynes dalam Santosa, 2017: 15).

Ada beberapa alasan mengapa penelitian ini perlu dilakukan, yaitu berita dengan tema konflik antara transportasi berbasis online dan transportasi konvensional merupakan berita yang menimbulkan persepektif berbeda pada masyarakat dan mengundang pro dan kontra di kalangan masyarakat itu sendiri. Sehingga tema ini semakin menarik untuk dibahas serta dimuat oleh media online.

Berita mengenai peristiwa konflik ini sendiri sebenarnya sudah ada sejak 2015 dan 2016, namun pada tahun 2017 berita ini kembali memanaskan, dan puncaknya pada bulan Maret 2017 terjadi banyak kasus penganiayaan, demo, serta bentrokan antara pengojek online dan pengemudi ojek konvensional. Begitu juga pada kompas.com dan tempo.co yang ikut meliput berita konflik ini.

Pada pemberitaan mengenai konflik, kompas.com dan tempo.co tentu memiliki penonjolan-penonjolan tertentu mengenai aspek konflik. Pada penelitian sebelumnya mengenai konflik Gubernur DKI Jakarta dengan DPRD DKI pada periode 27 Februari 2015–10 Desember 2015, secara keseluruhan berita yang di muat di kompas.com mengenai konflik ini cukup berimbang karena tidak hanya memuat berita mengenai bentuk dukungan terhadap Gubernur DKI Jakarta tetapi juga memuat berita mengenai bentuk dukungan terhadap DPRD, pernyataan dari kedua belah pihak dimuat pada porsi yang cukup banyak tidak hanya salah satu pihak saja yang ditonjolkan.

Kemudian untuk tempo.co pada kasus konflik Antasari Azhar dengan Susilo Bambang Yudoyono, tempo.co berusaha membangun frame se-objektif mungkin dengan menggunakan narasumber dari pihak-pihak terkait dan merunut peristiwa dari awal dengan konfirmasi informasi kepada kedua belah pihak. Dan tempo.co berusaha tidak memihak dan menyampaikan pernyataan kedua belah pihak yang berkonflik. Gambar yang dipakai kedua portal menggunakan foto tokoh-tokoh terlibat dan ikut berkomentar, sesuai dengan judul dan isi berita. Namun, mengenai konflik ini bagaimanakah framing yang dilakukan oleh kompas.com dan tempo.co?

Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis bagaimana *framing* pemberitaan dalam media online. Selain itu penelitian ini dilakukan guna melihat bagaimana kompas.com dan tempo.co mengkonstruksi sebuah peristiwa sosial ke dalam sebuah berita dengan berpedoman kepada nilai-nilai yang mereka anut.

B. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana kompas.com dan tempo.co membingkai pemberitaan mengenai konflik transportasi berbasis online dan transportasi konvensional pada periode Februari-Maret 2017?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pembingkai berita pada media online *kompas.com* dan *tempo.co* tentang konflik transportasi berbasis online dan transportasi konvensional pada periode Februari-Maret 2017?

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Akademis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan menjadi bahan pembelajaran, referensi dan juga memberikan kontribusi dalam bidang pemikiran dan pengetahuan mengenai perkembangan jurnalisme media online, serta bidang ilmu komunikasi terutama bidang analisis framing.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi para pekerja media untuk mengangkat pemberitaan mengenai pemberitaan dalam bidang sosial.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu menyadarkan khalayak untuk mengetahui bagaimana media mengemas serta membingkai sebuah peristiwa ke dalam media khususnya dalam bidang sosial.
- c. Penelitian ini menggambarkan bagaimana jurnalisme dan pemberitaan media online memiliki kekurangan dalam penggunaan elemen-elemen jurnalisme penyiaran, seperti objektivitas dan berposisi netral dalam pemberitaan atau menyampaikan berita.

E. TINJAUAN PUSTAKA

1. Penelitian Terdahulu

Pada kajian ilmu komunikasi khususnya analisis *framing*, penelitian terdahulu yang pertama pernah dilakukan oleh Tsania Humaira (Universitas Muhammadiyah Malang) dengan judul “Konstruksi Media Online pada Pemberitaan Pemblokiran Transportasi Berbasis Aplikasi (Uber dan Grab Car) (Analisis Framing pada Kompas.com dan Detik.com Periode 14 Maret 2016).” Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Kompas.com dan Detik.com melakukan konstruksi pemberitaan tentang pemblokiran transportasi berbasis aplikasi (Uber dan Grabcar) berdasarkan perspektif framing dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

Hasil penelitian yang dilakukan tersebut adalah *kompas.com* yang terlihat berpihak kepada transportasi konvensional. Di mana *kompas.com* melihat bahwa transportasi konvensional yang semakin terpojokkan dengan

kehadiran ojek online. Sedangkan framing yang dilakukan oleh detik.com lebih memihak kepada transportasi online dan tidak setuju atas pemblokiran yang dilakukan pihak pemerintah. Detik.com juga menghimbau pemerintah untuk tegas dalam mengambil keputusan. Tentu saja perbedaan framing dari kedua media ini dipengaruhi akan ideologi, rutinitas media, pengaruh organisasi media bahkan kepemilikan media itu sendiri.

Penelitian dengan menggunakan metode analisis *framing* yang kedua adalah “Analisis Framing Pemberitaan Online Kontroversi Gojek di Detik.com Periode Tanggal 12-23 Oktober 2015” oleh Fajar Anugrah dari Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta tahun 2017. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa media online detik.com melihat bahwa berita yang diangkat ini memang penting dan pembungkaman yang dilakukan oleh media dapat berubah-ubah. Hal ini dibuktikan dengan pemilihan narasumber yang dilakukan detik.com hanya didominasi oleh satu narasumber saja. Berita dengan adanya kontroversi di dalamnya dan menimbulkan opini publik di dalamnya lebih dipilih oleh media online detik.com untuk kemudian dimuat dan dijadikan berita. Detik.com dinilai tidak netral karena membentuk pembungkaman berita yang disajikan kepada masyarakat.

Penelitian terdahulu ketiga yaitu berjudul “*Content analysis of impartiality about news that covered online transport polemic Go-Jek on news portal Kompas.com and Detik.com in 2015*” oleh Risky Wahyudi (Universitas Islam Indonesia: 2017). Temuan penelitian yang dilakukan oleh Risky Wahyudi adalah pihak Kompas.com yang cenderung lebih memihak di sisi Go-Jek dan detik.com yang memposisikan diri menjadi netral. Media (Kompas.com dan Detik.com) pada awalnya bertindak guna mempercepat penyajian berita kepada masyarakat. Namun kemudian kedua media ini telah mengubah perspektif ketika muncul polemik antara Go-Jek dan opang. Media juga mencoba memotivasi polisi dan pemerintah untuk menyelesaikannya. Media berharap inovasi ini terus diterima.

Penelitian terdahulu keempat dilakukan oleh Stella Fellicia Perculecy (Universitas Bakrie, 2016) dengan judul Analisis Pemberitaan Go-Jek dan GrabBike di Awal Peluncuran Jasa Transportasi Online (Studi pada Pemberitaan di Kompas.com). Penelitian ini menggunakan analisis framing Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki dengan tujuan analisisnya adalah

bagaimana bingkai berita Go-Jek dan GrabBike yang dibentuk oleh Kompas.com di dua bulan awal masa peluncuran aplikasi mobil-nya? Hasil penemuan penelitiannya sendiri menunjukkan bahwa pada dua bulan awal pemberitaan mengenai Go-jek dan GrabBike kompas.com dinilai memberitakan Go-jek dan GrabBike secara positif. Perbedaannya sendiri ada pada Go-Jek lebih ditonjolkan pada sisi penilaian pemerintah, dan dinilai sebagai sebuah inovasi. Dan GrabBike lebih ditonjolkan pada aspek keberhasilan aplikasinya.

Penelitian terdahulu kelima pernah dilakukan oleh Mutia Rahmi Pratiwi, Amida Yusriana dan Mukaromah dengan judul “Konvensional Vs Online: Analisis Framing Berita Demo Taksi Dalam Media Online Tempo.co” (Universitas Dian Nuswantoro). Hasil dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut, pihak media online tempo.co dinilai pro terhadap transportasi berbasis aplikasi online. Dari prosentasi jumlah pemberitaan yang muncul (sebanyak 82 berita), pemerintah diberikan porsi yang cukup besar (hingga lebih dari 50% pemberitaan) yang dibahas dalam pengidentifikasian masalah. Persoalan keributan yang terjadi dari pihak taksi konvensional menjadi tanggungjawab pemerintah sepenuhnya sebagai pengambil kebijakan atau penentu regulasi. Dan penyebab masalah dari keributan saat demo adalah pihak taksi konvensional. Hal ini pun menjadi kecaman keras bagi para netizen yang turut menghujat pihak taksi konvensional saat terjadi keributan atau aksi anarki.

Untuk penelitian tersebut, yang membedakan dengan penelitian ini adalah objek penelitiannya, penelitian tersebut hanya meneliti tempo.com, walaupun tema yang diangkat adalah sama yaitu mengenai transportasi online dan transportasi konvensional. Penelitian ini menggunakan dua objek penelitian yaitu kompas.com dan tempo.co. Sedangkan untuk metode penelitian terdahulu tersebut dan penelitian ini sama-sama menggunakan analisis framing Robert Entman.

2. Kerangka Penelitian

a. Berita dalam Rangka Konstruktivisme

Menurut Friedlander dkk (dalam Kusumanigrat dan Kusumaningrat, 2006: 39):

“Berita adalah apa yang harus anda ketahui dan yang tidak diketahui. Berita adalah apa yang baru terjadi, dan yang penting bagi hidup anda

sehari-hari. Berita adalah apa yang menarik bagi anda, apa yang cukup menggairahkan anda untuk mengatakan kepada teman anda ‘Apakah kamu sudah mendengar.....?’ Berita adalah apa yang dilakukan oleh penggerak tingkat lokal, nasional, dan internasional untuk mempengaruhi kehidupan anda. Berita adalah kejadian yang tidak disangka-sangka, yang sayangnya, yang untungnya telah terjadi”.

Adapun unsur layak berita menurut Kusumaningrat dan Kusumaningrat (2006: 47) adalah:

- a. Berita harus akurat
- b. Berita harus lengkap, adil dan berimbang
- c. Berita harus objektif
- d. Berita harus ringkas dan jelas
- e. Berita harus hangat,

Selain ketepatan (akurasi) seorang wartawan dituntut untuk bersikap objektif dalam menuliskan berita, dan juga berita haruslah baru dan hangat. Sehingga penekanan waktu dalam penyajian berita menjadi sangat penting. Namun tidak dipungkiri jika berita yang dihasilkan oleh seorang wartawan terkadang justru memihak atau subjektif.

Kemudian, untuk mewujudkan suatu tulisan dan berita yang menarik dan jelas serta komunikatif, dapat dilakukan dengan strategi pembingkaihan (*framing*) yakni dengan menggarisbawahi atau menonjolkan persepektif media terhadap gagasan inti media agar khalayak terpengaruh oleh ‘ideologi’ media tersebut.

Sehingga dalam persepektif komunikasi, analisis *framing* digunakan untuk membedah cara-cara ataupun ideologi media di saat mengkonstruksi sebuah fakta. Di mana pada analisis ini, *framing* mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih dalam memberikan makna (Sobur, 2009: 162). Dan *framing* dapat dikatakan sebagai suatu pendekatan oleh seorang wartawan dalam mengetahui bagaimana persepektif atau cara pandangnya ketika menyeleksi isu-isu yang ada dan menuliskannya dalam sebuah berita.

Di sini kompas.com yang lebih dikenal sebagai media online yang nasionalis, tentu akan menulis berita sesuai dengan ideologinya tersendiri.

Wartawan media ini tentu juga telah memiliki pandangan sendiri dalam menuliskan berita mengenai konflik transportasi berbasis online dan konvensional ini. Begitu juga tempo.co yang lebih dikenal sebagai media yang memiliki ketajaman dalam penulisan berita, mereka tentu memiliki pandangan tersendiri dalam menyajikan berita konflik ini kepada publik. Hingga membentuk *framing* atau bingkai tersendiri bagi masing-masing media online tersebut.

Dalam rangka mengkonstruksi sebuah berita, pendekatan konstruksionis memiliki pandangan sendiri mengenai bagaimana media, wartawan, dan berita itu dilihat, sebagai berikut (Eriyanto, 2012: 21-40):

a. Fakta/persitiwa adalah hasil konstruksi

Realitas hadir sebagai hasil dari subjektivitas wartawan. Realitas tercipta karena adanya konstruksi dari seorang wartawan. Konstruksi itu disebabkan oleh pandangan tertentu dari seorang wartawan, adanya ideologi tertentu. Sehingga fakta atau realitas itu dibentuk akan sesuai dengan bagaimana seorang wartawan melihat dan mengonstruksinya.

b. Media sebagai agen pembingkai realitas

Media bukan hanya sebagai alat untuk menyebarkan informasi, namun juga sebagai subjek yang mengonstruksi realitas, ditambah dengan pandangan, bias serta pemihakannya. Media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas.

c. Berita hanyalah konstruksi dari sebuah fakta yang ada, bukan sebagai gambaran asli dari sebuah realitas.

Sebuah berita diproduksi adalah tergantung dari berita tersebut dimaknai. Dan proses pemaknaan tersebut melibatkan nilai-nilai tertentu.

d. Berita bersifat subjektif

Hal ini dikarenakan adanya pandangan-pandangan tertentu dari seorang wartawan ketika memproduksi berita. Sehingga pada akhirnya tidak ada berita yang bersifat objektif.

e. Wartawan adalah agen konstruksi realitas

Seorang wartawan dianggap tidak dapat menyembunyikan pilihan moral dan keberpihakannya terhadap fakta yang ada. Karena wartawan dianggap sebagai agen atau aktor pembentuk realitas. Bagaimana wartawan memaknai sebuah fakta, kemudian memproduksinya menjadi berita. Sehingga ketika seorang wartawan menuliskan berita, sebenarnya ia telah membuat dan membentuk dunia, membentuk realitas.

f. Nilai, etika dan moral adalah hal integral dalam produksi berita

Dalam pemberitaan, aspek moral, etika dan moral-moral tertentu tidak mungkin dihilangkan dari sebuah pemberitaan di media. Sebuah etika, moral dan nilai, yang terkadang mengartikan adanya keberpihakan terhadap salah satu pihak, yang biasanya didasari kepada sesuatu keyakinan tertentu, tentu dalam mngonstruksi berita tidak akan dapat dipisahkan.

g. Khalayak memiliki penafsiran sendiri terhadap berita

Khalayak dinilai sebagai audiens aktif dalam menafsirkan sebuah pesan. Sehingga setiap orang akan memiliki pemaknaan yang berbeda pada teks yang sama dari pesan yang ia terima.

Sehingga, dibutuhkan kemampuan untuk mengkonstruksi atau membingkai sebuah pesan sedemikian rupa agar menarik untuk dibaca serta mudah dicerna oleh para pembaca, karena itu ada banyak keterampilan dalam memainkan kata-kata agar wartawan bisa menimbulkan kesan dan makna yang berarti dalam pikiran para pembaca.

Wibowo (dalam Tamburaka, 2013: 121) menyebutkan sejumlah strategi yang sering dilakukan media dalam pemingkaian pesan sebagai berikut:

1. Pengulangan kata. Kata-kata sebagai pembentuk kalimat dan penghubung antar kalimat tentu dapat dijadikan acuan dalam strategi pemingkaian isu, karena dianggap mampu menonjolkan isu atau gagasan yang akan diangkat.
2. Persamaan kata atau sinonim. Penggunaan sinonim atau kata yang lain untuk menyebutkan hal yang sama dianggap efektif

dalam strategi pembingkaiannya. Tujuannya adalah mengantisipasi kejenuhan dari pembaca.

3. Persamaan akan topik. Membangun kesamaan topik dengan menghubungkan antar kalimat sebagai strategi pembingkaiannya.

Entman (dalam Sobur, 2009: 163) melihat *framing* dalam dua hal yaitu seleksi isu dan penonjolan aspek-aspek dari realitas. Kedua hal inilah yang dapat mempertajam *framing* berita karena melihat hasil berita dari pengangkatan isu serta penonjolan-penonjolan tertentu dari isi beritanya. Wartawanlah yang berperan dalam menentukan fakta yang dipilihnya menggunakan persepektifnya sendiri, kemudian menonjolkannya atau justru membuangnya. Tentu hal dalam pengambilan keputusan mengenai sisi mana yang akan ditonjolkan atau sisi yang dihilangkannya melibatkan nilai-nilai atau ideologi yang dianut oleh wartawan itu sendiri.

b. Karakteristik Pemberitaan Online dalam Konflik

Media massa berkembang begitu cepat seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Komunikasi massa juga menjadi begitu canggih, hal ini juga ditandai dengan hadirnya 'media baru' dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi.

Sehingga, munculnya media baru memberikan andil yang besar bagi perubahan pola komunikasi di masyarakat. Media baru, dan dalam hal ini adalah internet sedikit banyak telah memberikan pengaruh bagi individu, seperti cara berkomunikasi kepada individu lainnya. Internet berfungsi sebagai jaringan internasional untuk berkomunikasi dan untuk memperoleh informasi. Mengakses internet saat ini merupakan hal yang rutin dilakukan oleh masyarakat kebanyakan. Dengan adanya internet, maka media online sebagai penyedia informasi juga mengalami perkembangan. Perkembangan teknologi informasi menyebabkan munculnya media online, sehingga banyak juga surat kabar yang berbasis internet. Membuat sebuah berita menjadi mudah diakses kapanpun dan di manapun.

Jurnalistik online atau yang disebut juga *cyber journalism*, jurnalistik internet, dan jurnalistik web (*web journalism*), Menurut Romli jurnalistik

online adalah ‘generasi baru’ hasil dari perkembangan jurnalistik konvensional (Romli, 2012: 11). Jurnalistik sendiri dipahami sebagai sebuah proses mencari berita dan meliput, menulisnya, kemudian mengedit lalu menyebarkan ke publik melalui media massa. Sedangkan online sendiri dipahami sebagai sebuah konektivitas (sambungan) yang lebih mengacu kepada jaringan internet atau *world wide web* (www). Dan online sendiri sebagai ungkapan “informasi yang mudah diakses di mana saja dan juga kapan saja” selama ada yang namanya konektivitas (Romli, 2012: 12)

Sedangkan, internet (*interconnection-networking*) secara harfiah artinya jaringan antarkoneksi. Dan dipahami sebagai sistem jaringan komputer yang saling terhubung (Romli, 2012:12). Sedangkan website (situs/www) adalah sebuah halaman yang di dalamnya terdapat sebuah konten (media), baik itu teks, video, foto, audio. Kemudian website mudah diakses hanya dengan menulis alamat linknya atau URL (*Uniform Resource Locator*) yang berawalan dengan www atau http:// (*Hypertext Transfer Protocol*) (Romli, 2012: 12).

Sehingga jurnalistik online dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian informasi melalui media internet, utamanya website.

Paul Bradshaw (dalam Romli, 2012: 13) menyebutkan ada lima prinsip dasar jurnalistik online yang disingkat sebagai B-A-S-I-C, antara lain:

- a. Keringkasan (*Brevity*). Berita online dituntut harus bersifat ringkas, untuk menyesuaikan kehidupan manusia dan tingkat kehidupannya yang semakin sibuk. Kompas.com dan tempo.co sebagai media online tentu juga dituntut untuk menyajikan berita secara ringkas, karena pembaca yang dinilai semakin memiliki waktu sedikit untuk membaca berita. Sehingga dalam penyajian berita konflik transportasi berbasis online dan transportasi konvensional ini, kompas.com dan tempo.co lebih cenderung sedikit dalam pemberitaannya hanya sekitar 1-2 halaman saja.
- b. Kemampuan Beradaptasi (*Adaptability*). Wartawan dituntut untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan publik. Semakin maju teknologi, maka jurnalis dituntut mampu menyajikan berita dengan cara membuat berbagai keragaman cara. Seperti kompas.com dan tempo.co yang memang telah mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi, dilihat

dari penyediaan berita menggunakan foto, bahkan desain, serta audio visual (video).

- c. Dapat Dipindai (*Scannability*). Untuk memudahkan para audiens, situs-situs terkait sebaiknya memiliki sifat yang dapat dicari dengan mudah. Seperti kompas.com dan tempo.co yang memiliki rubrik-rubrik tertentu sesuai dengan berita yang mereka sajikan, dan juga memiliki kolom *search* yang mempermudah pembaca untuk mencari berita yang ingin dibaca.
- d. Interaktivitas (*Interactivity*). Komunikasi dari khalayak kepada jurnalis, di dalam jurnalistik online ini sangat memungkinkan adanya interaksi antara khalayak pembaca dan wartawan. Pembaca atau *viewer* dibiarkan untuk menjadi pengguna.
- e. Komunitas dan Percakapan (*Community and Conversation*). Peran media online dinilai akan semakin besar, karena media online membentuk sebuah jaringan komunitas. Sehingga adanya pertanggungjawaban dari pihak media online untuk komunitas adalah, jawaban, atau interaksi yang baik.

Mengakses media online saat ini sudah menjadi sebuah kebutuhan masyarakat akan informasi, tidak hanya dengan menggunakan komputer atau laptop saja, tetapi kita bisa mengaksesnya melalui handphone dengan berbagai kemudahan, di mana saja dan kapan saja.

Media dan khususnya media online adalah usaha yang dilakukan oleh pers yang menyelenggarakan, menyiarkan dan menyalurkan informasi dengan produk akhir yaitu berita. Pada perkembangannya, setiap media yang berbeda juga memiliki karakter dalam meliput berita konflik. Putra GN (dalam Sumartono, 2004: 15) menjabarkan hasil penelitian mengenai bagaimana media dalam meliput berita konflik atau krisis, sebagai berikut:

- a) Bersifat Permukaan dan tidak Proporsional (*Superficial and out of Proportion*).

Biasanya laporan media dalam konflik bukanlah keseluruhan fakta tentang dimensi-dimensi fakta yang ada, mencakup

situasi konflik dan adanya pandangan pihak-pihak yang terlibat dalam konflik. Sehingga informasi tentang konflik yang terjadi dalam dunia ini menjadi bersifat sangat permukaan dan tidak proporsional.

b) Bersifat Bias

Di mana biasanya peliputan yang berlebihan tentang cakupan konflik dan tidak sesuai dengan tingkatan konflik yang nyata, atau sebaliknya. Adanya pengurangan aspek konflik yang penting yang harusnya dikemukakan dengan alasan menghindari dampak buruk yang diakibatkan oleh berita atau laporan media yang dibuat.

Kepentingan yang diusung oleh media biasanya mempengaruhi isi berita yang disajikan kepada khalayak. Dari kondisi inilah, maka muncul suatu anggapan bahwa fakta yang disampaikan bukanlah sebuah fakta yang objektif, melainkan fakta yang telah dikonstruksi oleh media atau wartawan dengan latar belakang kepentingan-kepentingan tertentu. Menurut pandangan para kaum konstruksionis, pada dasarnya berita yang sedang kita baca adalah hasil dari konstruksi kerja para jurnalis, dan bukan kaidah dari sebuah buku jurnalistik (Eriyanto, 2009: 70).

c. Teori Konflik antara Pengemudi Transportasi Berbasis Online dan Transportasi Konvensional

Menurut Webster, istilah *conflict* ialah merupakan sesuatu “perkelahian, peperangan, atau perjuangan” yaitu sebuah konfrontasi secara fisik pada beberapa pihak (Pruitt dan Rubin, 2011: 9). Yang kemudian mengalami perkembangan arti menjadi ketidaksepakatan yang tajam atau oposisi atas berbagai kepentingan, ide, dan lain-lain. Sehingga dapat diartikan bahwa hal tersebut tidak hanya terbatas pada aspek fisik saja, melainkan juga pada aspek psikologis seseorang ataupun golongan tertentu.

Taylor dan Hudson (dalam Pasaribu: 466), mengkategorikan empat indikator dalam menggambarkan intensitas konflik yang terjadi dalam masyarakat Indonesia. Kelima Indikator tersebut adalah sebagai berikut:

1. Demonstrasi. Biasanya merupakan protes yang dilakukan tetapi tanpa kekerasan. Hal ini dilakukan oleh orang-orang yang dianggap memiliki rasa peduli terhadap sesuatu, baik mengenai pemerintahan seseorang, mengenai lingkungan, ideologis tertentu ataupun sebuah kebijakan tertentu dan lain sebagainya.
2. Kerusuhan. Memang memiliki kesamaan dengan aksi demo namun perbedaannya pada saat pelaksanaannya yang disertai dengan aksi kekerasan yang mengarah kepada tindakan yang anarkis. Biasanya tindakan ini menggunakan senjata guna merusak fasilitas yang ada dan barang-barang tertentu di lokasi. Kerusuhan ini biasanya merupakan tindakan spontan akibat insiden dan kelakuan kelompok tersebut yang mulai kacau.
3. Serangan bersenjata. Tindakan sudah mengindikasikan sebuah kekerasan yang dilakukan oleh kelompok tertentu dan untuk kepentingan tertentu pula yang biasanya dilakukan untuk melemahkan lawan. Serangan ini biasanya ditandai dengan adanya pertumpahan darah, serangan fisik dan disertai pengrusakan fasilitas umum yang ada.
4. Kematian. Kematian yang terjadi di sini sebagai akibat konflik yang terjadi. Seperti demonstrasi, kerusuhan, dan juga serangan bersenjata. Di mana konflik ini menyebabkan kematian dan juga menunjukkan tingkatan konflik yang semakin meningkat.

Berikut faktor-faktor penyebab konflik di dalam kehidupan masyarakat (Pasaribu: 468) :

1. Terdapat perbedaan kepribadian, perasaan, pendirian, dan pendapat antar sesama individu atau kelompok. Dan perbedaan tersebut tidak mendapatkan toleransi antara individu atau kelompok tersebut, yang menyebabkan munculnya konflik.
2. Terdapat perbedaan kultur yang mempengaruhi perilaku dan jalan berpikir bagi sebuah individu atau kelompok yang memicu pertentangan.
3. Terdapat kepentingan yang berbeda atau memiliki tujuan yang berbeda di antara individu atau kelompok, baik itu dalam ranah ekonomi, hukum, politik dan lain sebagainya..

4. Terdapat perubahan sosial yang sangat cepat karena adanya perubahan nilai atau sistem sosial. Hal ini menyebabkan perbedaan pendapat di antara masyarakat terhadap perubahan tersebut sehingga menyebabkan disorganisasi sosial.

Menurut Fisher (dalam Sumartono, 2014: 14) konflik berubah setiap saat, melalui berbagai tahap aktivitas, intensitas, ketegangan, dan kekerasan yang berbeda. Tahap-tahap konflik terdiri dari:

- 1) Prakonflik, periode di mana mulainya sebuah ketidaksepakatan, ketidaksesuaian antara pihak-pihak tertentu sehingga menimbulkan konflik.
- 2) Konfrontasi, di tahap ini, konflik yang dirasakan sudah mulai terbuka. Di mana hubungan kedua pihak atau lebih akan semakin menegang sehingga menuju kepada polarisasi antara pendukung masing-masing pihak.
- 3) Krisis, tahap ini adalah puncak konflik. Di mana ketegangan dan juga kekerasan terjadi dengan sangat hebat. Komunikasi yang biasanya terjadi bisa saja putus dan pernyataan masing-masing pihak akan saling menuduh.
- 4) Konflik Menurun. Di mana tingkat ketegangan dan krisis sudah mulai menurun dan dengan adanya kemungkinan penyelesaian konflik kedua pihak.
- 5) Pascakonflik. Di mana situasi ini diselesaikan dengan adanya cara mengakhiri berbagai macam konfrontasi dan kekerasan, ketegangan mulai berkurang dan hubungan antara masing-masing pihak sudah mulai kembali normal. Namun jika isu-isu dan masalah-masalah penyebab pertentangan antara dua pihak tidak diatasi dengan baik, tahap ini sering kembali lagi menjadi situasi prakonflik.

Seperti dilansir dari TechinAsia.com (<https://id.techinasia.com/kilas-balik-perkembangan-transportasi-online-sepanjang-tahun-2016>) GO-JEK dan GrabBike yang awalnya memasang tarif murah guna untuk keperluan promosi pada ramadhan Juni 2015, justru mendapatkan perhatian yang banyak dari masyarakat kemudian. GO-JEK memasang harga yang sedikit lebih mahal dari GrabBike yaitu Rp. 10.000, sedangkan GrabBike yang memiliki investor memasang tarif Rp. 5.000. Banyaknya respon positif dari masyarakat membuat

dua startup transportasi berbasis online ini memperpanjang promo mereka, dan yang pada akhirnya kedua transportasi online ini membuka lowongan pekerjaan sebagai driver.

Dimulai dari situlah maka peminat transportasi online-pun semakin meningkat dikarenakan harga yang relatif murah, dan mudah dalam pemesanannya, yaitu hanya menggunakan aplikasi dan kita hanya tinggal menunggu di tempat, dan sudah tertera tarif yang dikeluarkan untuk menuju ke tempat tujuan. Berbeda dengan ojek pangkalan, yang terkadang penumpang harus datang ke pangkalan ojeknya dan kemudian disuguhkan dengan harga yang sedikit lebih mahal dari ojek online. Sehingga peminat ojek pangkalan cenderung berkurang dan beralih pada ojek online. Sehingga hal inilah yang membuat beberapa tukang ojek pangkalan mulai menolak kehadiran ojek online di beberapa tempat. Seperti dilansir dari [kompas.com](http://nasional.kompas.com/read/2016/03/15/08215211/Demo.Tolak.Taksi.Online.Potret.Gejolak.Era.Ekonomi.Digital) (<http://nasional.kompas.com/read/2016/03/15/08215211/Demo.Tolak.Taksi.Online.Potret.Gejolak.Era.Ekonomi.Digital>).

“Pro dan kontra ini tak hanya terjadi di dunia angkutan umum. Semua sektor terimbas. Mereka sama-sama berkontraksi untuk mencari titik keseimbangan baru. Banyak usaha yang tumbang, namun banyak pula inovasi baru yang tumbuh berkembang.”

d. Transportasi Era Ekonomi Digital dan Transportasi Konvensional

Salah satu sektor ekonomi yang tumbuh secara signifikan adalah perekonomian yang bersandar pada industri kreatif berbasis digital. Seperti yang dilansir dari tabloid *kabarbisnis* (2016: 2), dari sisi penyerapan tenaga kerja, industri kreatif atau ekonomi kreatif menempati posisi ke-4 dari 10 sektor ekonomi dalam kategori jumlah tenaga kerja. Setidaknya ada 12 juta orang bekerja pada sektor ekonomi kreatif di era ekonomi digital ini.

Definisi *digital economy* menurut *Encarta Dictionary* adalah ‘*Business transaction on the internet: the marketplace that exist on the internet*. Di mana yang memiliki arti bahwa transaksi bisnis di internet: pasar yang ada di internet. Di mana teknologi ini telah mengubah pekerjaan, pendidikan, pemerintahan, dan hiburan, menghasilkan peluang pasar baru dan memiliki dampak ekonomi utama di berbagai sektor (Martin, 2010/<http://www.horizon.ac.uk/what-is-the-digital-economy/>).

Munculnya infrastruktur digital baru, termasuk jaringan nirkabel, perangkat seluler dan teknologi penentuan posisi, menandai perubahan radikal berikutnya dalam teknologi digital karena tertanam dalam ruang publik, arsitektur, perabotan dan struktur pribadi kehidupan kita sehari-hari. Adopsi komputasi di mana-mana akan memiliki efek mendalam pada cara orang bekerja, bepergian, belajar, menghibur diri dan bersosialisasi. Meneliti dan memahami bagaimana teknologi digital dirancang dan digunakan, sangat penting untuk memastikan manfaat ekonomi dan sosial bagi semua orang.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dimanfaatkan dalam ekonomi digital, contohnya adalah transportasi berbasis online. Para pengembang aplikasi *mobile* mengalami persaingan ketat untuk memberikan kemudahan bagi para penggunanya untuk memesan jasa transportasi secara online melalui aplikasi *mobile* di *smartphone* mereka. Salah satu perusahaan pionir layanan ojek online adalah Go-Jek.

Pendiri dan CEO Go-jek adalah Nadiem Makarim. Selain untuk berbisnis, dalam pengemabangannya, Nadiem selaku pendiri Go-Jek sendiri mengakui bahwa ada misi sosial di dalamnya. Misi sosial ini ialah mensejahterakan para supir ojek dengan meningkatkan jumlah penghasilan mereka. Menurut Nadiem, waktu yang dipakai oleh tukang ojek pangkalan tidaklah efektif dan kurang produktif, di mana mereka hanya menunggu pelanggan. Padahal kemacetan ada di mana-mana, sehingga ia memiliki solusi alternatif dengan menciptakan layanan antar-jemput yang praktis, cepat dan murah (<http://www.ehpedia.com/2015/08/apa-itu-Go-Jek-adalah.html>).

Lalu Go-Jek menjadi trademark dari layanan transportasi berbasis online dengan layanan Go-Ridenya. Di mana pengguna aplikasi ini hanya tinggal memesan melalui aplikasi *mobile* secara online yang kemudian langsung dijemput oleh supirnya. Kemudian pembayaran dilakukan saat costumer tiba di tempat tujuannya. Tarifnya juga bervariasi berdasarkan jarak dan juga berdasarkan *flate rate* yang diberlakukan oleh Go-Jek. Dan Go-Jek sering pula menawarkan harga promo kepada para customernya.

Seperti saat ini, perkembangan transportasi online dinilai sangatlah murah dan praktis. Tentu masyarakat yang saat ini butuh jalan keluar dari

kemacetan kota, dan kesibukan dari aktifitas mereka sehingga membutuhkan alternatif lain saat membutuhkan jasa pengantar makanan, ataupun jasa mengantar-jemput dengan senang hati menerima. Namun, hal ini menyebabkan pemasukan untuk ojek konvensional menjadi berkurang.

Pada era digital ini hadirnya transportasi *online* menjawab kebutuhan masyarakat agar segala sesuatunya dapat dilakukan secara praktis. Calon penumpang tidak perlu lagi menghampiri pangkalan ojek atau berdiri ditepi jalan untuk memberhentikan taksi atau bahkan terlibat proses tawar-menawar harga untuk menempuh sebuah perjalanan yang akan dituju.

Hadirnya transportasi berbasis *online* memberikan dilema tersendiri bagi pemerintah. Di satu sisi layanan ini mampu menyerap banyak tenaga kerja baru namun di sisi lain juga menjadi ancaman bagi tenaga kerja yang sudah ada. Secara tidak langsung ini menjadikan adanya persaingan bisnis yang dapat menjadi penyebab masalah ketenagakerjaan, yaitu menyangkut masa depan pengemudi transportasi konvensional agar dapat tetap terus bertahan.

Transportasi konvensional sendiri dinilai kurang praktis. Di mana penumpang harus mencari pelayanan transportasi, dan untuk tarif yang bervariasi mengakibatkan usaha tawar-menawar oleh penumpang. Sedangkan mengenai fasilitas, dinilai kurang aman dan nyaman (Sugiarto dkk, 2016: 5). Sehingga kehadiran transportasi online memperoleh sambutan yang luar biasa di tengah masyarakat. Banyaknya transportasi berbasis online ini digemari oleh penggunanya baik dari segi kebutuhan, pelayanan, kualitas maupun fasilitas yang dihadirkan. Dasar inilah yang menjadi alasan utama mengapa keberadaan transportasi *online* menjadi *booming* di tengah masyarakat.

Berbicara mengenai berita yang menarik kemudian dijadikan agenda dalam pemuatan penulisan berita, Walter Lipmann pernah mengutarakan pernyataan bahwa media berperan sebagai mediator antara “*the world outside and the pictures in our heads.*” McCombs dan Shaw juga sependapat dengan Lipmann. Menurut mereka, ada korelasi yang kuat dan signifikan antara apa-apa yang diagendakan oleh sebuah media massa dan apa-apa yang diagendakan publik (Tamburaka, 2013: 22).

Agenda Setting Theory adalah teori yang menyatakan bahwa media massa berlaku merupakan pusat penentuan kebenaran dengan kemampuan media massa untuk mentransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik dengan mengarahkan kesadaran publik serta perhatiannya kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa.

Menurut Tamburaka (2013: 23) ada dua asumsi dasar yang paling mendasari penelitian tentang penentuan agenda adalah:

1. Masyarakat pers dan media massa tidak mencerminkan kenyataan, mereka menyaring dan membentuk isu.
2. Konsentrasi media massa hanya pada beberapa masalah masyarakat untuk dityangkan sebagai isu-isu yang lebih penting daripada isu-isu lain.

Isu mengenai ekonomi digital tentu menjadi hal menarik bagi media. Apalagi jika ditambah dengan konflik sosial yang mengakibatkan konflik di dalamnya. Di mana, kehadiran transportasi berbasis online yang tidak selalu dipandang positif. Yang menyebabkan terjadi persaingan antar pengemudi dan pada akhirnya timbul bentrok, demo serta kekerasan. Yang awalnya bermula dari sebuah inovasi yang tidak selalu diterima oleh seluruh kalangan. Di sinilah terjadi pro dan kontra masyarakat luas, serta berita yang dianggap cukup menarik sehingga menyebabkan media tertarik untuk meliputnya, seperti kompas.com dan tempo.co.

F. METODOLOGI PENELITIAN

1. Pendekatan dan Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan konstruktivisme, di mana konstruktivisme beranggapan bahwa dunia dikonstruksi (*constructed*) dan bukan diterima (*given*). Dunia dalam hal ini dapat berupa relasi, komunikasi, persepsi, perasaan. Jadi apapun yang dilihat, dirasakan, dan dialami, serta diketahui bukanlah diterima melainkan dikonstruksi atau diciptakan (Raco, 2010: 11)

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma ini memandang realitas kehidupan yang ada sebagai hasil dari konstruksi. Oleh karena itu, konsentrasi analisis pada paradigma konstruktivisme adalah

bagaimana cara sebuah peristiwa atau realitas dikonstruksi dan kemana arah dan cara berfikir dalam sebuah penelitian (Tamburaka, 2012: 75).

2. Metode Analisis Data

Penelitian ini akan memusatkan pada penelitian kualitatif dengan metode analisis *framing*. Analisis yang mencoba untuk menangkap segala bentuk berita dan bagaimana suatu media mengaplikasikan suatu fakta. Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori framing model Robert N. Entman. Peneliti menggunakan teori framing Robert N. Entman dikarenakan, peneliti ingin mengetahui penonjolan-penonjolan fakta apa saja yang dilakukan Kompas.com dan Tempo.co dalam penyajian berita. Dan bagaimana Kompas.com serta Tempo.co menyeleksi isu yang digunakan sebagai bahan penulisan berita.

Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki (dalam Eriyanto, 2012: 252) menjelaskan definisi *framing* sebagai suatu proses pembuatan pesan menjadi lebih menonjol, menempatkan informasi lebih dari yang lainnya sehingga khalayak akan tertuju pada pesan tersebut. Sedangkan Todd Gitlin mendefinisikan *framing* sebagai strategi bagaimana realitas yang ada di dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk kemudian ditampilkan dalam pemberitaan agar menarik perhatian khalayak, pembaca atau penonton (Eriyanto, 2012: 68)

Entman (dalam Sobur, 2009: 163) memandang *framing* dalam dua dimensi: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek realitas. Kedua faktor inilah yang dapat mempertajam *framing* berita melalui proses seleksi isu yang layak untuk ditampilkan dan dengan penekanan isi dari beritanya. Wartawanlah yang berperan dalam menentukan fakta yang dipilihnya menggunakan persepektifnya sendiri, kemudian menonjolkannya atau justru membuangnya. Tentu hal dalam pengambilan keputusan mengenai sisi mana yang akan ditonjolkan atau sisi yang dihilangkannya melibatkan nilai-nilai atau ideologi yang dianut oleh wartawan itu sendiri. Entman melihat *framing* dalam dua dimensi besar yaitu:

a. Seleksi isu

Aspek seleksi isu ini memiliki hubungan dengan pemilihan fakta yang ada. Dari sebuah realitas yang beragam tersebut, wartawan tentu akan menyeleksi mana yang akan ditampilkan. Aspek dalam

pemilihan fakta ini tentu tidak dapat dipisahkan dari bagaimana sebuah fakta itu dimaknai oleh media.

Proses di dalam pemilihan fakta ini, tentu tidak hanya dapat dipahami semata-mata sebagai bagian dari teknis jurnalistik, tetapi juga sebagai politik pemberitaan. Yakni, bagaimana dengan jalan dan strategi tertentu, media secara tidak langsung telah mendefinisikan sebuah realitas. Pertama, hanya dengan memilih fakta tertentu dan membuang fakta yang lain, telah memberikan pemahaman bahwa realitas hadir dengan cara “bentukan” tertentu kepada khalayak. Kedua, sebagai bentuk akibat lebih lanjut, terjadi proses legimitasi dan delegimitasi kelompok-kelompok yang terlibat dalam pertarungan wacana tersebut.

b. Penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas atau isu.

Penonjolan adalah proses di mana wartawan membuat informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik, dan berarti, atau lebih diingat oleh khalayak banyak. Realitas yang disajikan secara menonjol atau mencolok memiliki kemungkinan lebih besar untuk diperhatikan oleh khalayak dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas yang ada.

Table 1.1

Model Framing Robert N. Entman

<i>Define problem/ problem identification</i> (Pendefinisian Masalah)	Bagaimana suatu peristiwa atau isu dilihat dan didefinisikan? Sebagai apa atau sebagai masalah apa?
<i>Diagnose causes/casual interpretation</i> (Memperkirakan Penyebab/sumber Masalah)	Peristiwa tersebut disebabkan oleh apa? Hal apa yang dianggap sebagai penyebab masalah? Siapa yang dianggap sebagai penyebab masalah?
<i>Make moral judgement/moral evaluation</i> (Membuat Keputusan)	Nilai moral apa yang telah disajikan untuk menjelaskan masalah tersebut? Penilaian apa yang disajikan terhadap

Moral/penilaian Penyebab Masalah)	atas penyebab masalah?
<i>Treatment recommendation</i> (Menekankan Penyelesaian)	Penyelesaian seperti apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah/isu tersebut? Jalan apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah?

Sumber: Model Robert N. Entman Eriyanto. Analisis framing: konstruksi, ideologi dan politik media. Yogyakarta. LKIS. 2012.

Define problems (pendefinisian masalah) sebagai elemen pertama merupakan sebuah frame yang paling utama. Pada bagian inilah dijelaskan bagaimana sebuah peristiwa itu dipahami oleh wartawan. *Diagnose causes* (memperkirakan penyebab dari sebuah masalah), penyebab di sini bisa berarti apa (*what*), mengapa (*why*), siapa (*who*) dan lain sebagainya yang memang dianggap sebagai sumber awal dari sebuah masalah. Bagaimana sebuah peristiwa atau fakta dipahami, tentu saja menentukan apa atau siapa yang dianggap sebagai sumber sebuah masalah tersebut. Lebih luas lagi bagian ini akan menyertakan siapa atau apa yang dianggap sebagai penyebab masalah dan siapa atau apa yang dipandang sebagai korbannya. *Made moral judgement* (membuat penilaian moral) sebagai elemen *framing* ketiga yang digunakan untuk menilai dengan cara membenarkan/setuju atau dengan cara memberi argumentasi pada pendefinisian masalah. Ketika sebuah masalah sudah didefinisikan, dan penyebab masalahnya sudah ditentukan, tentu dibutuhkan sebuah argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut. Elemen *framing* lainnya adalah *treatment recommendation* (menekankan penyelesaian). Elemen ini digunakan untuk menilai apakah yang dikehendaki oleh seorang wartawan. Jalan apakah yang dipilih untuk menyelesaikan sebuah masalah. Penyelesaiannya tergantung pada bagaimana sebuah peristiwa itu dilihat dan siapa atau apa yang dipandang sebagai penyebab masalah.

Konsepsi Entman ini menggambarkan secara luas bagaimana peristiwa dimaknai dan ditandai oleh wartawan. Peristiwa yang sama bisa dimaknai secara berbeda oleh media massa. Pemaknaan dan pemahaman yang berbeda itu bias ditandai dari pemakaian label, kata, kalimat, grafik dan penekanan tertentu dalam narasi berita.

3. Objek Penelitian

Objek penelitian yang akan diteliti adalah portal media online *kompas.com* dan *tempo.co*. pada portal media online tersebut, peneliti mengambil periode pemberitaan mengenai konflik transportasi berbasis online dan transportasi konvensional yaitu dari Februari-Maret 2017.

Kedua situs ini yaitu *kompas.com* dan *tempo.co* dipilih karena keduanya merupakan media online ternama di Indonesia, dan latar belakang keduanya yang berasal dari jenis media massa yang berbeda pula, selain itu kedua media online ini dapat diakses dengan cepat dan praktis.

Kompas.com dan *tempo.co* juga membahas isu-isu yang sedang berkembang baik dalam ranah daerah maupun regional. *Kompas.com* dan *tempo.co* juga memiliki penonjolan-penonjolan isu tertentu dalam membahas isu konflik.

4. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang peneliti kumpulkan yaitu mengenai data-data berita dari *Kompas.com* dan *Tempo.co* mengenai konflik transportasi berbasis online dan transportasi konvensional periode Februari-Maret 2017. Kemudian, data tersebut akan dianalisis dengan metode analisis framing.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperlukan untuk melengkapi data primer. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai referensi yang akan dijadikan peneliti sebagai penunjang penelitian, serta sebagai tolak ukur untuk menganalisis penelitian ini, misalnya menggunakan skripsi, tesis, jurnal, buku, makalah,

dan situs internet serta sumber data lainnya yang akan mendukung penelitian ini.

5. Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan teknik sampling purposif (*purpose sampling*). Teknik ini mencakup objek-objek berita yang telah diseleksi berdasarkan kriteria dan pertimbangan yang sesuai dengan tujuan dan tema penelitian. Berita-berita yang dipilih ini diperkirakan memiliki hubungan yang erat dengan tujuan dan tema penelitian (Sugiyono, 2008: 122).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teks media online *kompas.com* dan *tempo.co* yang sesuai dengan kriteria untuk kemudian diteliti. Kriteria tersebut ialah: berdasarkan waktu yaitu periode Februari-Maret 2017, dan memilih tema yaitu konflik transportasi berbasis online dan transportasi konvensional. Dan juga memilih berita *straight news* untuk pemberitaan dengan tema tersebut.

Pemilihan berita yang digunakan untuk dianalisis ialah dimulai dengan memilih berita berjenis *straight news* dengan kata kunci “Konflik Ojek Online dan Angkot”, “Gojek”, “Bentrok”, dan dengan keseluruhan berita disaring dari judul dan isi berita yang memang memberitakan mengenai “Konflik Pengemudi Transportasi Berbasis Online dan Transportasi Konvensional” pada media online *kompas.com* dan *tempo.co* edisi Februari-Maret 2017.

Pemilihan berita *straight news* dikarenakan peneliti menganggap bahwa berita mengenai konflik transportasi berbasis online dan transportasi konvensional merupakan berita yang menimbulkan persepektif berbeda pada masyarakat dan mengundang pro dan kontra di kalangan masyarakat itu sendiri. Sehingga pemberitaan ini menjadi sering diberitakan.

G. TAHAPAN PENELITIAN

1. Peneliti memilih isu atau peristiwa untuk diteliti kemudian mulai menjabarkan secara runtut dalam latar belakang. Dalam latar belakang tersebut, peneliti juga menuliskan alasan mengapa topik mengenai konflik transportasi berbasis online dan transportasi konvensional dipilih, dan juga kenapa memilih *kompas.com* dan *tempo.co* sebagai media online yang akan diteliti, serta memberikan alasan kenapa penelitian ini penting untuk diteliti.
2. Peneliti kemudian menarik rumusan masalah dengan mengacu kepada latar belakang penelitian, yaitu “Bagaimana *kompas.com* dan *tempo.co* membingkai

pembertitaan mengenai konflik transportasi berbasis online dan transportasi konvensional pada periode Februari-Maret 2017?”

3. Mengumpulkan data primer, yaitu semua berita mengenai konflik transportasi berbasis online dan transportasi konvensional pada periode Februari-Maret 2017 yang ada pada media online *kompas.com* dan *tempo.co*. Dan juga peneliti mengumpulkan data sekunder, yaitu buku dan skripsi, jurnal, yang berkaitan dengan penelitian ini.
4. Mengumpulkan objek analisis: Berita pada *kompas.com* dan *tempo.co* dengan batasan unit analisis:
 - a) Berdasarkan waktu: Periode Februari-Maret 2017.
 - b) Berdasarkan tema: Konflik transportasi berbasis online dan transportasi konvensional.
 - c) Berdasarkan berita: *straight news*
5. Melakukan analisis framing dengan metode Robert Entman (Eriyanto, 2012):
 - a) *Define problem/ problem identification* (pendefinisian masalah)
Menetapkan pendefinisian masalah. Menetapkan sebuah masalah dari berita yang ada.
 - b) *Diagnose causes/casual interpretation* (memperkirakan penyebab/sumber masalah)
Mengidentifikasi apa yang menyebabkan sebuah masalah
 - c) *Make moral judgement/moral evaluation* (membuat penilaian moral/penilaian atas sebuah masalah)
Mengevaluasi agen-agen kasual dan dampak-dampaknya.
 - d) *Treatment recommendation* (menekankan penyelesaian)
Menawarkan jalan keluar dari sebuah masalah, dan juga memperkirakan akibatnya.
6. Melakukan pembahasan teoritik atas temuan yang ditemukan, kemudian membandingkannya.
7. Menarik kesimpulan dari temuan analisis yang telah dilakukan.

